

СЕКЦІЯ 2

ТАРИФОУТВОРЕННЯ В ЖКГ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА СУПЕРЕЧНОСТІ

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ЖКГ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ У ЦІНІ

Л. І. ПРОНКІНА, канд. екон. наук, доц.,

проф. кафедри економіки підприємства та економічної теорії, акад. НЕА
України

*Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного
торговельно- економічного університету*

Якість є однією із базових властивостей товарів, послуг, діяльності, процесів, відносин тощо, зміст якої є багатограним, що обумовлює наявність різних підходів до його визначення та характеристики його складових.

Зміст якості як економічної категорії має такі головні взаємопов'язані характеристики:

– *об'єктні*: у світлі споживчого підходу якість об'єкту (товару, послуги) – це ступень задоволення індивідуальних і суспільних потреб при його споживанні (використанні). Оскільки кінцевою метою людської діяльності є задоволення потреб, то саме споживчий підхід відображає зміст якості як соціально-економічного явища. «Якість як економічна категорія відображає сукупні властивості продукції, послуг, що зумовлюють ступінь їх придатності задовольняти потреби людини відповідно свого призначення» [1, с. 11];

– *процесні*: якість є змістовною характеристикою і критерієм виробничого, інноваційного, послугового, соціального та ін. процесів. Відповідно до виробничого підходу якість – це сукупність таких характеристик діяльності (процесів), що забезпечують їх ефективність та досягнення поставленої мети. На рівні підприємства якість процесів – це якість виробництва, інноваційної діяльності, управління, маркетингу та ін. «Конкурентоспроможність підприємства – це результат якості діяльності, у складі якої вони виокремлюють якість управління, виконання, техніки і

технології, що використовуються» [2, с. 41];

– *функціональні*: якість товарів, послуг, процесів характеризується ефективністю здійснення їх функцій. Наприклад, важливою функцією інноваційної діяльності є впровадження інтелектуальних продуктів - новацій, отже, її функціональною якісною характеристикою є ефективність впроваджувальної діяльності;

– *відносницькі*: різноманітні види діяльності характеризуються певними відносинами між фізичними і юридичними особами з їх приводу. Від їх якості безпосередньо залежить досягнення їх цілей;

– *ринкові*: якість продукції, послуг має ринковий вимір – це, по-перше, обсяг попиту на неї, який демонструє раціональний вибір споживачів. Продукція може мати високу споживчу, процесну, функціональну якість, але не користуватися належним попитом внаслідок багатьох об'єктивних і суб'єктивних причин, серед яких, наприклад, неякісний маркетинг (низька процесно-функціональна якість маркетингової діяльності). По-друге, ринкову якість послуг відображає наявність / відсутність у неї конкурентних переваг у порівнянні з продукцією конкурентів;

– *результативні*: якість – це характеристика успіху економічного агента, його продукції, послуг, діяльності, який у економічному аспекті відображають такі показники, як прибуток та його норма, рентабельність, ринкова вартість бізнесу тощо;

– *інституційні*: якість є об'єктом регулювання – державного, регіонального, корпоративного, міжнародного, має певні стандарти, наприклад, впроваджений Міжнародною організацією стандартизації міжнародний стандарт ІСО 9004-2, який визначає якість, як сукупність властивостей і характеристик продукції чи послуги, що забезпечують задоволення реальних потреб або потреб, що припускаються [3].

Відображення якості послуг ЖКГ у їх ціні базується на ціннісному підході до ціноутворення. Цінність послуги ЖКГ формують такі її складові, як:

– сприйнята клієнтом якість послуги як її оцінка потенційним покупцем, критеріями якої є репутація підприємства, відгуки і рекомендації клієнтів, інформація, отримана в процесі ознайомлювальних зустрічей, переговорів;

– внутрішні ознаки як вигоди, які клієнт очікує одержати від послуг ЖКГ;

- зовнішні ознаки як характеристики підприємства: ділова репутація, місце розташування і обладнання офісу тощо;
- ціна у грошовому вираженні, оскільки цінною для клієнта є та послуга, ціна якої адекватна оцінці ним її якості;
- негрошова ціна як сукупність пов'язаних з послугою ЖКГ витрат і втрат клієнта, які не мають грошового виміру, наприклад, витрати часу, необхідність надання великої кількості документів тощо;
- час як своєчасність надання послуги.

Цінність послуги ЖКГ повинна бути відображена у її ціні, ціннісна складова якої за економічним змістом є платою клієнта за якісне обслуговування.

Література

1. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посіб. / О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 414 с.
2. Кісь С. Якість діяльності – головна умова забезпечення конкурентоспроможності підприємств / С. Кісь, Г. Кісь, М. Мельницький // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль . – 2013. – Том 14. – № 3. – С. 35-45.
3. Міжнародний стандарт ІСО 9004-2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.docload.ru/Basesdoc/5/5826/index.htm>

ТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ: МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ВРАХУВАННЯ РИЗИКУ

Н. М. МАТВЄЄВА, канд. екон. наук, доц.,
доц. кафедри економіки підприємств, бізнес-адміністрування та
регіонального розвитку
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків*

Протягом багатьох десятиліть при встановленні тарифів на послуги підприємств житлово-комунального господарства використовувалися фактичні дані, тобто дані минулого періоду. При цьому обґрунтування